

Kapitel 5 - Forbrugeraftaler

Indholdsfortegnelse

1. Forbrugerftaleloven	1
2. Forbud mod uanmodet henvendelse	2
3. Forbud mod negativ aftalebinding.....	3
4. Forbrugerens fortrydelsesret.....	4
4.1 Aftaler indgået uden for den erhvervsdrivendes forretningssted.....	8
4.2 Fjernsalg	8
4.3 Udøvelse af fortrydelsesretten på aftaler om køb af varer.....	9
4.4 Fjernsalgsaftaler om finansielle tjenesteydelser	10
5. Urimelige aftaler.....	11
6. Værneting og lovvalg	12
7. Vigtigste hovedregler og principper	13

Kapitel 5 - Forbrugeraftaler

Forbrugeraftaleloven (FBL) har til formål at beskytte forbrugerne når de indgår aftaler med erhvervsdrivende. Forbrugeraftaleloven implementerer et EU-direktiv om forbrugerrettigheder (EP/Rdir 2011/83). Direktivet har til formål at harmonisere medlemsstaternes regulering af forbrugeraftaler, for på den måde at fremme handel over grænserne. Et andet formål med direktivet er at forbrugerne skal opnå et højt beskyttelsesniveau.

Emnet forbrugeraftaler hænger nøje sammen med anden lovgivning, såsom markedsføringsloven, aftaleloven, købeloven og e-handelsloven.

Det er Forbrugerombudsmanden som fører tilsyn med området, og der ligger mange tilgængelige oplysninger, vejledninger og afgørelser, som belyser området på www.forbrugerombudsmanden.dk, www.forbrug.dk og www.forbrugereuropa.dk.

Følgende emner vil blive gennemgået i dette kapitel:

1. Forbrugeraftaleloven
2. Forbud mod uanmodet henvendelse
3. Forbud mod negativ aftalebinding
4. Forbrugerens fortrydelsesret
 - 4.1 Aftaler indgået uden for forretningssted
 - 4.2 Fjernsalg om varer og ikke-finansielle tjenesteydelser
 - 4.3 Udøvelse af fortrydelsesret på aftaler om køb af varer
 - 4.4 Fjernsalgsaftaler om finansielle tjenesteydelser
5. Urimelige aftaler
6. Lovvalg og værneting

1. Forbrugeraftaleloven

Forbrugeraftaleloven handler om forbrugeraftaler og regulerer de erhvervsdrivendes henvendelser til forbrugere, med henblik på indgåelse af aftaler.

Forbrugeren betragtes som den svage part i det indbyrdes forhold mellem forbrugeren og den erhvervsdrivende, og loven har bl.a. til hensigt at beskytte forbrugeren mod, at den erhvervsdrivende misbruger sin stilling i det indbyrdes forhold.

Formålet med loven er **forbrugerbeskyttelse** og loven er **beskyttelsespræceptiv**, hvilket betyder, at loven ikke kan fraviges til skade for forbrugeren, jf. FBL § 33. Loven giver forbrugeren en række rettigheder og forbrugeren kan ikke i en aftale give afkald på sine rettigheder. Aftaler mellem en forbruger og en erhvervsdrivende der indgås i strid med loven, er ikke bindende for forbrugeren.

Der er dog intet til hinder for at forbrugeren kan indgå en aftale som stiller forbrugeren bedre end lovens regler, fx en aftale om en længere fortrydelsesfrist end den som fremgår af lovens regler.

En **forbrugeraftale** er karakteriseret ved at den er indgået mellem to parter, hvor den erhvervsdrivende indgår aftalen som led i sit erhverv, mens den anden part (forbrugeren) hovedsageligt handler uden for sit erhverv, jf. FBL § 2, stk. 1. Denne definition gentages i andre love, fx aftaleloven, købeloven og kreditaftaleloven. En tømrers køb af træ til brug i eget hjem, er en forbrugeraftale, da han handler til privat brug, mens en selvstændig el-installatørs køb af en boremaskine til brug i sin forretning, ikke er en forbrugeraftale, fordi han indgår aftalen som et led i sit erhverv.

Forbrugerbeskyttelse
beskyttelsespræceptiv

Hvad er en forbruger-
aftale?

Erhvervsdrivende formidler

Der er ikke tale om et forbruger køb, hvis sælger er en privatperson, der handler i privat regi, men hvis den private sælger vælger at handle gennem en erhvervsdrivende, kan aftalen godt være omfattet af forbruger aftaleloven. Situationer hvor en privat sælger bruger en erhvervsdrivende mellemmand er fx ved salg af sin brugte bil gennem en brugtvognsforhandler eller fx ved en internetauktion, hvor auktionen stilles til rådighed mod betaling. Handelen og kontakten mellem køber og sælger **formidles af den erhvervsdrivende**, og auktionen bliver underlagt de forbrugerbeskyttende regler i forbruger aftaleloven, herunder pligt til at oplyse køberen om fortrydelsesret.

AFGØRELSE

SH-dom afsagt 18-06-2009(N-0001-07): Forbrugerombudsmanden mod QXL Ricardo Danmark A/S

QXL er internetauktionsudbyder og formidler efter loven internethandler mellem to private personer på www.qxl.dk. QXL medvirker aktivt til handelens indgåelse, fx ved at stille et auktionssystem til rådighed eller modtage vederlag i forbindelse med den enkelte handel. Forbrugerombudsmanden anlagde denne sag, idet QXL ikke efterlevede forbruger aftalelovens oplysningspligt, herunder gav auktionkøbere på sine auktioner oplysning om deres fortrydelsesret,

Sø- og Handelsretten fandt, at der er 14 dages fortrydelsesret, når der handles på en internetauktion – også selvom sælgeren er en privat person. QXL har pligt til at give købere oplysning om fortrydelsesretten og til at modtage køberes underretning om brug af fortrydelsesretten. Ved ikke at have overholdt oplysningspligten efter forbruger aftaleloven, og ved ikke at have ført kontrol med, at også erhvervsdrivende sælgere på deres website overholder deres pligter efter forbruger aftaleloven, havde QXL handlet i strid med god markedsføringsetik, jf. markedsføringslovens § 1.

Bevisbyrde

På grund af lovens beskyttelseshensyn og de skærpede krav i forbruger aftaler, kan en virksomhed have en juridisk og økonomisk interesse i, at aftalen ikke karakteriseres som en forbruger aftale. Ved uenighed om aftalens karakter, er det den erhvervsdrivende som har **bevisbyrden** for, at den aftale, der er indgået, ikke er en forbruger aftale, jf. FBL § 2, stk. 2.

Bødestraf

Virksomheder som handler med forbrugere, skal respektere og overholde reglerne i FBL. Det kan være forbundet med **bødestraf**, at handle i strid med forbruger aftaleloven, jf. FBL § 34.

2. Forbud mod uanmodet henvendelse

Forbud mod uanmodet henvendelse

I forbruger aftalelovens § 4 er der indsat et generelt forbud mod, at virksomheder retter **uanmodet personlig eller telefonisk henvendelse** til forbrugere på deres bopæl, på deres arbejdsplads og andre steder, hvor der ikke er almindelig adgang, fx skoler, foreninger, hvis henvendelsen fra virksomheden har til formål, at opnå en aftale med forbrugeren, jf. FBL § 4, stk. 1. Tanken bag dette forbud, er bl.a. at værne om privatlivets fred, ved at beskytte forbrugeren mod ivrige sælgere, der laver opsøgende salg, fx på bopælsadressen.

Der er dog visse **undtagelser**, hvor telefoniske henvendelser alligevel gerne må ske, jf. FBL § 4, stk. 2. Det gælder hvis virksomheden har tilbud til forbrugeren, der handler om:

Undtagelser

- Bestilling af bøger
- Tegning af abonnement på aviser, ugeblade og tidsskrifter
- Formidling og tegning af forsikringer, og
- Tegning af abonnement på redningstjeneste eller sygetransport

Aftalen ugyldig

Hvis virksomheden henvender sig til forbrugeren i strid med FBL § 4, og der på den baggrund indgås en aftale, er **aftalen ugyldig**, jf. FBL § 5, og det kan være forbundet med bødestraf.

AFGØRELSE

H&M accepterede at betale en bøde på 100.000 kr. Bøden er faldet i en sag, hvor H&M ringede forbrugere op på deres mobiltelefon og afspillede en reklame, der indeholdt et lydclip med Madonna. I forbindelse med en større markedsføringskampagne for Madonnas tøjkollektion havde flere forbrugere sagt ja tak til, at H&M måtte sende dem yderligere information. Men Forbrugerombudsmanden var imidlertid af den opfattelse, at en opringning og afspilning af en reklame som voice message, ikke var den information forbrugerne havde sagt ja tak til. Der var ikke tale om en information, men en reklame.

Forbrugerombudsmanden fandt, at H&M ikke havde haft samtykke til at foretage sig dette, og at de havde overtrådt markedsføringslovens § 6, stk. 1, hvorfor Forbrugerombudsmanden politianmeldte selskabet i oktober 2007. H&M har valgt at afslutte sagen ved betaling af en bøde på 100.000 kr. Bøden er fastsat med udgangspunkt i den nye beregningsmodel for udmåling af bøder for spam, som Folketinget godkendte i forbindelse med ændringen af markedsføringsloven i 2005.

”Det glæder mig, at H&M har valgt at afslutte sagen med betaling af en bøde. Det er vigtigt for mig at have fået fastslået, at når man indhenter et samtykke fra forbrugerne til at markedsføre sig over for dem på en bestemt måde, medfører det ikke, at man så også kan gøre det på en anden måde,” udtaler forbrugerombudsmand Henrik Øe.

Kilde: www.forbrug.dk. J. nr.: 08/01376, 6. marts 2008.

Robinson-listen

Inden virksomheden henvender sig telefonisk, er det en god idé at undersøge om forbrugeren er på Robinson-listen. Hvis man som forbruger gerne vil være fri for telefoniske henvendelser fra virksomheder, som ønsker at sælge den type varer eller tjenesteydelser, som er nævnt i FBL § 4, stk. 2, kan man henvende sig til folkeregisteret i sin bopælskommune, og bede om, at det markeres i CPR-registret, at man frabeder sig henvendelser. Når forbrugeren er registreret på Robinson-listen, må virksomheden ikke rette henvendelse, jf. markedsføringsloven § 6, stk. 3, og en overtrædelse straffes med bøde.

Uden for forbuddet falder fx:

- Henvendelser på offentlige steder, hvortil der er almindelig adgang, fx gader, veje, pladser og andre steder som f.eks. jernbanestationer og restauranter, hvortil der er almindelig adgang.
- Henvendelser til erhvervsdrivende og offentlige institutioner, hvis henvendelse vedrører tilbud om bestilling af varer og ydelser, der anvendes i virksomheden.
- Henvendelse på bopælen, som ikke har med erhvervmæssigt salg at gøre, fx henvendelser vedrørende religion, indsamlinger til velgørende formål, salg af lodsedler, spørgsmål i forbindelse med markedsundersøgelser.

3. Forbud mod negativ aftalebinding

Negativ aftalebinding

Forbrugeraftaleloven § 6, forbyder **negativ aftalebinding**. Det betyder, at hvis den erhvervsdrivende, sender eller afleverer en vare til en forbruger, uden forbrugeren har bestilt eller bedt om det, og det ikke skyldes en fejl, kan forbrugeren beholde varen uden at skulle betale for den. Det samme gælder, hvis den erhvervsdrivende udfører en tjenesteydelse, uden at forbrugeren har bedt om det.

Eksempel

Mange aviser og blade udsender med jævne mellemrum tilbud på et prøveabonnement for en nærmere angivet periode. I denne forbindelse har Forbrugerombudsmanden henledt adskillige bladudgiveres opmærksomhed på, at det som hovedregel er i strid med god markedsføringsskik, at anvende negative salgsmetoder, fx ved at lade et abonnement for en bestemt periode fortsætte efter periodens udløb, uden at abonnenten udtrykkeligt har bedt om det.

Såfremt et blad fortsat bliver leveret efter prøveperiodens udløb, må dette klart og tydeligt fremgå af det oprindelige markedsføringsmateriale. (1992-4042/5-127)

Kilde: www.forbrugerombudsmanden.dk og Juridisk Årbog 1993-1994, side 64.

I henhold til retspraksis, FBL § 6, stk. 1 og principperne i markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik, er udgangspunktet, at man som forbruger skal foretage sig noget aktivt, for at indgå en aftale med den erhvervsdrivende, fx afgive en positiv accept.

Eksempel

På fire rejsebureauers hjemmesider, var der på forhånd automatisk valgt en række tillægsydelser, når forbrugeren bestilte sin rejse: En årsrejseforsikring, en årsafbestillingsforsikring, flymad t/r og transport fra lufthavnen t/r. Det betød, at en uopmærksom forbruger kunne risikere at betale for en ydelse, som han slet ikke havde brug for, fordi der skulle foretages en aktiv handling for at fravælge tillægsydelser. Forbrugerombudsmanden oplyste over for rejseselskaberne, at det var negativ aftalebinding og i strid med markedsføringslovens § 1 om god skik. Rejseselskaberne valgte at fjerne de nævnte tilvalg.

Kilde: www.forbrugerombudsmanden.dk. Sagsnummer: 11120/5-50.

4. Forbrugerens fortrydelsesret

Hovedregel: Ingen fortrydelsesret i aftaleretten

Aftaler er i dansk ret bindende, når accepten er kommet modtageren til kundskab, og efter dette tidspunkt, kan der ikke ske tilbagekaldelse, jf. aftaleloven § 1, 1. pkt. og § 7 om tilbagekaldelse.

Hvis en fysisk butik tilbyder forbrugeren bytteret eller returret, er det alene udtryk for en service overfor forbrugeren. Forretningen har ikke pligt til hverken at bytte eller modtage varer retur i henhold til forbrugeraftaleloven.

Som hovedregel gælder der således **ingen fortrydelsesret** i dansk aftaleret, men der findes **visse undtagelser**, fx:

Undtagelser

- Fortrydelsesret ved aftaler om køb indgået ved fjernsalg, fx salg over internettet, telefonsalg, katalog- og postordresalg, jf. FBL § 18, stk. 1
- Fortrydelsesret ved aftaler om køb indgået uden for den erhvervsdrivendes forretningssted, fx ved salgsdemonstrationer, krosalg, homeparties mv., jf. FBL § 18, stk. 1
- Fortrydelsesret ved køb af fast ejendom, jf. lov om forbrugerbeskyttelse ved erhvervelse af fast ejendom mv. §§ 6 – 13. Se kap. 20, afsnit 2.4.
- Fortrydelsesret ved indgåelse af forsikringsaftaler, jf. forsikringsaftaleloven §§ 34i – 34k
- Re integra-reglen i aftalelovens § 39, 2. pkt. indeholder en form for fortrydelsesret, der medfører at en tilbagekaldelse af et tilbud eller en accept alligevel kan få virkning, selvom tilbagekaldelsen er kommet for sent frem. Betingelserne er dog at tilbuddet eller accepten ikke må have virket bestemmende på modtagerens handlemåde, og årsagen til at tilbagekaldelsen er kommet for sent frem, skyldes særlige omstændigheder. Se kapitel 3, afsnit 1.6.1.

Fortrydelsesretten kaldes en af hjørnestenene i den forbrugerretlige beskyttelseslovgivning og retten til at fortryde kommer blandt andet i spil i de tilfælde, hvor forbrugere handler uden at have været i fysisk kontakt med sælger.

Fortrydelsesret er en ret for forbrugeren til at træde tilbage fra en gyldig indgået aftale, dvs. forbrugeren kan fx returnere den købte vare inden fortrydelsesfristen udløber og få sine penge tilbage.

Forbrugeraftaleloven § 18, stk. 1, giver som hovedregel forbrugeren adgang til at fortryde et aftale om køb, hvis forbrugeren har indgået **aftale om køb via fjernsalg**, fx køb på internettet eller hvor der er indgået en **aftale om køb på et sted, der ligger uden for sælgernes normale forretningssted**. Se nærmere afsnit 4.1 og 4.2.

Ved nogle aftaletyper er det ikke hensigtsmæssigt med fortrydelsesret, Det er aftaletyper hvor det ville være meget upraktisk og urimeligt for den erhvervsdrivende, hvis forbrugeren kunne fortryde. Nogle af disse aftaletyper er opregnet i FBL § 7, stk. 2 og § 18, stk. 2. Her er en række eksempler (listen er ikke udtømmende):

Ingen fortrydelsesret

- Aftaler om levering af fødevarer, drikkevarer eller andre varer til husholdningens løbende forbrug, som leveres fysisk til forbrugers hjem, bopæl eller arbejdsplads af en erhvervsdrivende som led i organiseret og regelmæssig vareudbringning, fx varer leveret fra netsupermarkeder, aastiderne.com eller fiskehuset.dk der leverer frisk fisk til døren.
- Levering af varer som er fremstillet efter forbrugers specifikationer eller har fået et tydeligt personligt præg.
- Levering af varer, som må antages at blive forringet eller forældet hurtigt
- Aftaler om levering af alkoholholdige drikkevarer, hvor prisen blev fastsat ved købsaftalens indgåelse og levering først kan finde sted efter 30 dage, og hvor den faktiske værdi afhænger af markedskonjunkturer, som den erhvervsdrivende ikke har indflydelse på. Det gælder fx aftaler om levering af vin, hvor aftalen indgås lang tid før levering kan ske, fordi den pågældende lagring/modning ikke er fuldført.
- Aftaler om specifikke hastende reparations- eller vedligeholdelsesarbejder hos forbrugeren, som denne på forhånd udtrykkeligt har anmodet om.
- Levering af plomberede lyd- eller billedoptagelser eller computersoftware, som forbrugeren har brudt plomberingen på, fx cd, dvd.
- Aftaler om varer, værdipapirer eller tjenesteydelser, hvis prisen afhænger af udsving på kapitalmarkedet, som den erhvervsdrivende ikke har nogen indflydelse på, og som kan forekomme i fortrydelsesperioden.
- Finansielle tjenesteydelser omfattet af lov om realkreditlån og realkreditobligationer m.m.
- Aftaler om levering af digital indhold som ikke leveres fysisk, men hvor udførelsen er påbegyndt hos forbrugeren.
- Aftaler, som indgås på en offentlig auktion, hvor forbrugeren selv er tilstede
- Spil og lotto.

14 dages fortrydelsesret

Hvis forbrugeren ønsker at gøre brug af sin fortrydelsesret efter forbrugerftaleloven, har forbrugeren **14 dage** til at underrette sælger om, at han vil fortryde aftalen om køb. Hvornår fortrydelsesretten begynder at løbe fra, afhænger af om der er tale om en:

- Aftale om køb af en vare
- Aftale om køb af en ikke-finansiel tjenesteydelse, fx arbejdsydelse fra en håndværker
- Aftale om køb af en finansiel tjenesteydelse

Fristens beregning

Fristen på de 14 dage **beregnes** efter principperne i FBL § 19, stk. 2, og kan løbe fra forskellige tidspunkter:

- Hvis aftalen vedrører en **tjenesteydelse**, fx en aftale med en håndværker om en arbejdsydelse eller en aftale om et telefonabonnement, løber fristen fra den dag aftalen indgås.
- Hvis aftalen vedrører en **vare**, løber fristen fra den dag hvor forbrugeren eller den af forbrugers angivne tredjemand har varen i sin fysiske besiddelse.
- Hvis der er bestilt **flere varer** i en ordre, men der **leveres enkeltvis**, løber fristen når den sidste vare er i forbrugers eller den af forbrugers angivne tredjemands fysiske besiddelse.
- Hvis der er bestilt **flere varer og de leveres i partier eller dele**, løber fristen når det sidste parti eller sidste del er i forbrugers eller den af forbrugers angivne tredjemands fysiske besiddelse.
- Hvis der er aftalt **regelmæssig levering af varer** over en bestemt periode, løber fristen når den første vare er i forbrugers eller den af forbrugers angivne tredjemands fysiske besiddelse.
- Hvis aftalen handler om **forsyning af vand, gas, elektricitet**, fjernvarme eller **digitalt indhold**, fx computerprogrammer, film og musik der ikke leveres på et fysisk medium, løber fristen fra aftalen er indgået.

Fysisk besiddelse

Fysisk besiddelse betyder at forbrugeren kan råde over varen. Varen er udleveret, lagt i en postkasse eller leveret på et aftalt sted. Hvis naboen eller en anden tredjemand henter varen på posthuset, er varen leveret og i forbrugers fysiske besiddelse i det øjeblik varen udleveres.

Varen er ikke kommet i forbrugers fysiske besiddelse når den ligger på posthuset, i en forretning eller i en pakkeautomat. I de tilfælde sker levering først når forbrugeren henter pakken.

Varigt medium

Det har betydning for hvornår fristen på de 14 dage løber, at forbrugeren har modtaget oplysning om fortrydelsesret på et **varigt medium**. Modtager forbrugeren ikke disse oplysninger, løber fortrydelsesfristen først fra det tidspunkt oplysningerne er modtaget af forbrugeren.

At forbrugeren skal modtage oplysningerne på et såkaldt varigt medium, betyder at det skal være muligt for forbrugeren at læse og gemme oplysningerne i en rimelig periode. Oplysningerne kan fx fremgå af et brev, USB-nøgle, cd-rom, dvd'er, memory cards, i en e-mail. En mundtlig besked er ikke et varigt medium ligesom et hyperlink til en hjemmeside der hele tiden opdateres eller ændres, ikke er et varigt medium. En SMS betragtes dog som et varigt medium, da de fleste mobiltelefoner har en høj lagringsplads. Forbrugeren kan til enhver tid bede om at modtage oplysningerne på papir.

Hvis den erhvervsdrivende fx glemmer at give de fornødne oplysninger allerede ved mødet med forbrugeren, ved aftalens indgåelse, eller i forbindelse med fremsendelse af varen, begynder fortrydelsesfristen først at løbe fra det tidspunkt, hvor forbrugeren rent faktisk modtager oplysningerne om fortrydelsesret, jf. FBL § 19, stk. 3.

Hvis forbrugeren overhovedet ikke modtager oplysningerne, udløber fortrydelsesfristen først, når der er gået 12 måneder fra varen blev leveret, eller 12 måneder efter aftalen om den ikke-finansielle tjenesteydelse blev indgået. Når de 12 måneder er gået kan forbrugeren ikke gøre fortrydelsesretten gældende.

Den erhvervsdrivendes oplysningspligt for varer og ikke-finansielle tjenesteydelser

Oplysningspligt

Inden der indgås en aftale om en vare eller ikke-finansielle tjenesteydelser, hvor aftalen indgås ved fjernsalg eller uden for den erhvervsdrivendes forretningssted, skal den erhvervsdrivende give en række oplysninger til forbrugeren, jf. FBL § 8.

Klar og forståelig

Oplysningerne skal gives på en **klar og forståelig** måde og skal som udgangspunkt være på dansk, hvis den erhvervsdrivende har markedsført varen eller tjenesteydelser på dansk.

Oplysningerne udgør blandt andet information om (listen er ikke udtømmende):

- Den erhvervsdrivendes identitet, adresse, forretningssted, eventuelle telefon- og faxnumre og e-mailadresse, og hvor forbrugeren kan indgive eventuelle klager.
- Varens eller tjenesteydelsens vigtigste egenskaber.
- Den samlede pris for varen eller tjenesteydelsen inklusive afgifter samt alle yderligere omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto og enhver anden omkostning og om, at der kan forekomme yderligere omkostninger.
- De samlede udgifter pr. afregningsperiode, hvis der er tale om tidsbestemte aftaler eller abonnementsaftaler.
- Vilkår om betaling, levering og opfyldelse.
- Fortrydelsesret og i givet fald betingelser, tidsfrist og procedurer for at gøre fortrydelsesretten gældende, jf. § 20, samt den standardfortrydelsesformular der er angivet i bilag 3 til loven.
- Under hvilke omstændigheder forbrugeren mister sin fortrydelsesret,
- Forbrugeren skal betale udgifterne ved tilbagelevering af varen i tilfælde af fortrydelse.
- Forbrugeren ved tilbagetræden fra en tjenesteydelsesaftale skal betale den erhvervsdrivende for rimelige omkostninger i henhold til § 25, stk. 1 og 2, hvis aftalens opfyldelse på forbrugers udtrykkelige anmodning er påbegyndt inden fortrydelsesfristens udløb.
- Købelovens mangelsregler kan finde anvendelse.

Det kan være forbundet med bødestraf, hvis den erhvervsdrivende ikke opfylder oplysningskravene i forbrugerftaleloven.

Standardfortrydelsesvejledning

Lovgiver har lavet en **standardfortrydelsesvejledning** der ligger som bilag til forbrugerftaleloven, og som den erhvervsdrivende kan vælge at benytte og lade sig inspirere af, og det kan være en god idé at lægge formularen ind på den erhvervsdrivendes hjemmeside. Se standardformular til lov om forbrugerftaler på www.retsinformation.dk, bilag 1-3.

AFGØRELSE

Ukorrekte oplysninger om fortrydelsesret kostede internetbutik bøde

En erhvervsdrivende fra Nordsjælland måtte betale en bøde på 35.000 kr. for ukorrekte oplysninger om fortrydelsesretten i forbindelse med salg af varer på internettet. Den erhvervsdrivende drev både en fysisk butik og en internetbutik med bl.a. salg af kostumer og tilbehør. Det havde gennem en årrække fremgået af hjemmesiden, at fortrydelsesretten ikke gjaldt, når forbrugeren hentede den købte vare i butikken.

Retten i Hillerød fastslog imidlertid, at når der er tale om fjernsalgsaftaler – dvs. indgåelse af aftaler, hvor den erhvervsdrivende sælger og køber ikke mødes i forbindelse med aftaleindgåelsen – har forbrugeren 14 dages fortrydelsesret, og det er uden betydning, om varen herefter hentes i butikken.

Kilde: www.forbrugerombudsmanden.dk. J.nr. 08/01566 (11104/5-287).

Telefonsalg

Hvis der er tale om fjernsalg pr. telefon, som er omfattet af FBL § 6, stk. 2 om bestilling af bøger, tegning af abonnement på aviser, ugeblade, tidsskrifter mv., eller et andet telefonsalg, hvor forbrugeren selv har anmodet om at blive ringet op, skal forbrugeren ved begyndelsen af ethvert opkald have oplysning om:

- Den erhvervsdrivendes identitet samt
- Navnet på den person, som forbrugeren er i kontakt med, og
- Telefonsælgerens forbindelse til den erhvervsdrivende, samt om
- Det kommercielle formål med henvendelsen

Derudover gælder markedsføringslovens § 6, stk. 5, hvorefter den erhvervsdrivende ved den første henvendelse til forbrugeren skal oplyse forbrugeren om retten til at frabede sig uanmodede henvendelser fra den erhvervsdrivende.

4.1 Aftaler indgået uden for den erhvervsdrivendes forretningssted

Fast forretningssted

Forbrugeren har 14 dages fortrydelsesret og kan træde tilbage fra aftalen, hvis aftalen indgås uden for den erhvervsdrivendes forretningssted. **Den erhvervsdrivendes forretningssted** er typisk det sted hvorfra virksomheden primært drives, og defineres som et ikke-flytbart sted.

Uden for forretningssted

Når fortrydelsesretten kan håndhæves i aftaler der indgås **uden for den erhvervsdrivendes forretningssted**, gælder det for:

- Aftaler der indgås hvor den erhvervsdrivende og forbrugeren begge er tilstede, men hvor de mødes et sted, som ikke er den erhvervsdrivendes forretningssted, fx på et marked, en udstilling, homeparties m.v.
- Aftaler der indgås på den erhvervsdrivendes forretningssted eller ved brug af en fjernkommunikationsteknik, umiddelbart efter at forbrugeren er blevet kontaktet personligt og individuelt af den erhvervsdrivende på et sted, som ikke er den erhvervsdrivendes forretningssted, med samtidig fysisk tilstedeværelse af den erhvervsdrivende og forbrugeren, fx hvor forbrugeren modtager et købstilbud på gaden og følger den erhvervsdrivende hen til dennes forretningssted, hvor tilbudet accepteres. Her kan der være et psykisk pres eller et overraskelsesmoment som gør sig gældende.
- Aftaler der indgås under en udflugt arrangeret af den erhvervsdrivende med det formål at præsentere og sælge varer eller tjenesteydelser til forbrugeren, dvs. udflugter der fungerer som salgsdemonstrationer eller salgsmøder.

4.2 Fjernsalg om varer og ikke-finansielle tjenesteydelser

Fortrydelsesretten på de 14 dage gælder også for aftaler der er indgået ved fjernsalg. En fjernsalgsaftale er en aftale om varer, tjenesteydelser eller løbende levering af varer eller tjenesteydelser, når aftalen:

- Indgås ved brug af kommunikation, der foregår, uden at forbrugeren og den erhvervsdrivende mødes fysisk (fjernkommunikation), og
- Indgås som led i et system for fjernsalg, som drives af den erhvervsdrivende.

Aftale om varer og tjenesteydelser

Der er tre ting, som er afgørende for om der er tale om fjernsalg, FBL § 3, nr. 1:

1. Fjernsalg er en aftale om salg af **varer eller salg af tjenesteydelser**, eller aftale om løbende levering af varer eller tjenesteydelser. En tjenesteydelse er ikke en håndgribelig vare, men karakteriseret ved en aftale om køb af en ydelse, fx en ar-

- bejdsydelse fra en håndværker, advokat, ejendomsmægler, tandlæge, rengøringshjælp mv.
- Fjernkommunikation** 2. Aftalen indgås på afstand ved **fjernkommunikation**, og uden at den erhvervsdrivende og forbrugeren mødes fysisk i forbindelse med aftalens indgåelse. Det karakteristiske er, at forbrugeren ikke har haft mulighed for fysisk at afprøve eller undersøge genstanden i forbindelse med aftalens indgåelse. Fjernkommunikation er fx e-handel, aftale indgået pr. e-mail, telefonsalg, katalog- og postordresalg, reklamer i tidsskrifter med bestillingsseddel.
- Led i et system for fjernsalg** 3. Aftalen skal være indgået, som **led i et system for fjernsalg**, og den skal drives af den erhvervsdrivende. Et system for fjernsalg er fx en aftale om køb, indgået via virksomhedens hjemmeside. Der er ikke tale om fjernsalg, hvis forbrugeren bestiller en vare telefonisk på baggrund af en annonce i en avis. En annonce i en avis er som udgangspunkt ikke ”et system for fjernsalg”. Hvis det fremgår af virksomhedens markedsføring, at bestillinger kan ske ved fjernkommunikation, fx med henvisning til hjemmeside, ordretелефон, e-mailadresse, bestillingsseddel i katalog mv., taler det for, at der er et ”fjernsalgssystem.

4.3 Udøvelse af fortrydelsesretten på aftaler om køb af varer

- Utvetydig erklæring** Hvis en forbruger vil gøre brug af sin ret til at fortryde, skal forbrugeren meddele dette til den erhvervsdrivende ved at afgive et **utvetydig erklæring**, jf. FBL § 20, stk. 1. Forbrugeren kan vælge at bruge en **standardfortrydelsesformular** der ligger som bilag til forbrugeraftaleloven. Se lov om forbrugerftaler på www.retsinformation.dk. Denne formular kan den erhvervsdrivende også vælge at lægge ind på virksomhedens hjemmeside, så den kan udfyldes elektronisk, og således at virksomheden også kvitterer for modtagelsen elektronisk.
- Standardfortrydelsesformular**
- Afsendt inden fristens udløb** Meddelelse om fortrydelse skal være **afsendt inden fristens udløb**, og det er forbrugeren som har bevisbyrden for at det er sket rettidigt.
- Tilbagebetale** Ved fortrydelse skal hver part tilbagelevere hvad de hver især har modtaget. Hvis forbrugeren har betalt helt eller delvis for varen eller tjenesteydelsen, skal den erhvervsdrivende **tilbagebetale** det modtagne, når forbrugeren fortryder. Den erhvervsdrivende skal tilbagebetale eventuelt modtagne beløb senest 14 dage efter at den erhvervsdrivende har modtaget besked om fortrydelsen. Hvis den erhvervsdrivende ikke har tilbudt at afhente varen hos forbrugeren, kan den erhvervsdrivende vente med at tilbagebetale beløb indtil varen er modtaget retur eller indtil forbrugeren har fremlagt dokumentation for at varen er sendt retur, alt efter hvilket tidspunkt der er tidligst.
- Forbrugeren sender varen tilbage** Forbrugeren skal **sende varen tilbage** senest 14 dage efter at forbrugeren har givet meddelelse om sin fortrydelse, jf. FBL § 24, stk. 1. Forbrugeren skal som udgangspunkt betale udgifterne ved tilbagelevering af varen, medmindre andet er aftalt med den erhvervsdrivende, eller den erhvervsdrivende ved aftalens indgåelse har undladt at oplyse forbrugeren, at forbrugeren skal betale. Forbrugeren skal passe på varen mens den er i hans varetægt – såkaldt omsorgspligt.
- Risikoen for varen** Når varen sendes retur til den erhvervsdrivende er det forbrugeren som bærer **risikoen for varen**. Hvis varen aldrig når frem til den erhvervsdrivende, skal den erhvervsdrivende ikke betale købesummen tilbage til forbrugeren. Det samme gælder hvis varen bliver beskadiget eller forringes undervejs, medmindre varen stadig har en salgsværdi.
- Den erhvervsdrivende henter varen** Hvis det er aftalt at den **erhvervsdrivende selv skal afhente varen** og dette ikke sker inden 3 måneder efter den erhvervsdrivende har modtaget besked om at forbrugeren har fortrudt, kan forbrugeren beholde varen uden at skulle betale for varen. Derudover kan forbrugeren tilbageholde varen indtil den erhvervsdrivende har tilbagebetalt købesummen.

Varen har været brugt

Hvis varen er blevet beskadiget mens varen var hos forbrugeren eller **har været brugt**, skal forbrugeren betale for en eventuel værdiforringelse.

Forbrugeren har ret til at prøve og undersøge varen på samme måde, som hvis han havde set på varen i en butik, uden at dette vil medføre en værdiforringelse. Tøjet kan prøves, men må ikke tages på til en fest. Printerens må undersøges, men ikke bruges til at printe.

Værdiforringelse – forskellen mellem nypris og gensalgspris

Hvis den returnerede vare har mistet værdi, fordi forbrugeren har håndteret varen anderledes end hvis varen var blevet undersøgt og prøvet i en forretning, skal der foretages fradrag for værdiforringelsen, der normalt **er forskellen mellem ny-prisen og gensalgsprisen**.

Hvis varen oprindeligt kunne sælges for 1.500 kr., men nu efter returnering kun kan sælges for 1.000,00 kr. fordi varen har været brugt, skal forbrugeren kun have 1.000 kr. tilbage.

Levering – senest 30 fra bestilling

Hvis der ikke er indgået aftale om tidspunkt for levering af en ydelse og aftalen er indgået ved fjernslag, fx aftale om køb på internettet, skal den erhvervsdrivende levere varen eller tjenesteydelsen senest 30 dage efter den dag, hvor forbrugeren afgav bestilling eller tilbud, jf. FBL § 27, stk. 1.

Forsinkes leveringen kan forbrugeren hæve købet, hvis forsinkelsen er af væsentlig betydning for forbrugeren, og den erhvervsdrivende måtte forudsætte dette, eller hvor den erhvervsdrivende har nægtet levering.

Forbrugeren kan vælge at give den erhvervsdrivende en yderligere frist, og leveres der stadig ikke, kan aftalen hæves, jf. FBL § 27, stk. 2.

Hæver forbrugeren aftalen, skal den erhvervsdrivende tilbagebetale eventuelle forudbetalte beløb snarest og senest 30 dage efter, at den erhvervsdrivende har modtaget forbrugers meddelelse om ophævelsen, jf. FBL § 27, stk. 3.

AFGØRELSE

En e-handelsbutik havde et aftalevilkår om, at man skulle betale et gebyr på 20 % af salgsprisen, hvis man fortrød køb af varer til en pris af 8000 kr. eller derover.

Forbrugerombudsmanden modtog en klage over dette og skrev til virksomheden, at det fremgår af forbrugerftaleloven, at en forbruger skal have det fulde beløb tilbagebetalt, hvis et køb fortrydes. Den erhvervsdrivende har oplyst, at vilkåret er slettet. - Jeg er glad for, at den erhvervsdrivende har valgt at slette det ulovlige vilkår. Det er vigtigt, at forbrugerne kan føle sig trygge, når de handler på nettet og også får de rettigheder, som loven giver dem. Det er et område, som jeg vil have særlig fokus på den kommende tid, siger Forbrugerombudsmand Henrik Øe.

Baggrund: Forbrugere har normalt 14 dages fortrydelsesret, når de køber varer eller tjenesteydelser via fjernsalg, fx på internettet. Har forbrugeren helt eller delvist betalt for en vare eller tjenesteydelse, skal den erhvervsdrivende tilbagebetale det modtagne, når forbrugeren træder tilbage fra aftalen. Det fremgår af FBL § 22.

Kilde: www.forbrug.dk, 30. januar 2007.

Definition af finansielle tjenesteydelser

4.4 Fjernsalgsaftaler om finansielle tjenesteydelser

En finansiell tjenesteydelse defineres som enhver tjeneste, der har karakter af bankkredit-, forsikrings-, individuel pensions-, investerings- eller betalingstjenesteydelse.

Fortrydelsesret 14 dage

Fortrydelsesretten er også 14 dage ved fjernsalg af finansielle tjenesteydelser fra aftalens indgåelse, dog 30 dage ved aftaler om individuel pensionsordning, FBL § 19, stk. 1. Ved fjernsalg af en finansiell tjenesteydelse, gælder fortrydelsesretten kun, indtil aftalen efter forbrugers udtrykkelige samtykke er blevet helt opfyldt af parterne, jf. FBL § 19, stk. 5

Tilbagetræden fra en fjernsalgsaftale

Ved tilbagetræden fra en fjernsalgsaftale vedrørende en finansiel tjenesteydelse, og hvor forbrugeren har betalt helt eller delvis for ydelsen, skal den erhvervsdrivende tilbagebetale det modtagne med fradrag af eventuelle omkostninger, jf. FBL § 23. Tilbagebetaling snarest muligt og inden 30 dage efter forbrugeren's underretning om fortrydelsen er kommet frem til den erhvervsdrivende.

Oplysningspligt inden aftaleindgåelse

Den erhvervsdrivendes oplysningspligt

Inden der indgås en fjernsalgsaftale mellem en forbruger og en erhvervsdrivende om en finansiel tjenesteydelse, skal forbrugeren modtage en lang række oplysninger, jf. FBL § 14. Oplysningerne er mange, og nedenstående oversigt er ikke udtømmende:

- Den erhvervsdrivendes CVR-nummer, eller andet relevant identifikationsnummer i et handelsregister eller lignende offentligt register
- Hvorvidt der er klageadgang og i givet fald om fremgangsmåden ved klage, herunder oplysning om en fysisk adresse, hvor forbrugeren kan henvende sig med eventuelle klager
- Fortrydelsesfristens begyndelsestidspunkt og varighed samt betingelserne for og fremgangsmåden ved brug af fortrydelsesretten, herunder til hvilken adresse meddelelse om fortrydelse skal sendes.
- Den samlede pris for tjenesteydelsen inklusive afgifter og eventuelt yderligere omkostninger.
- Vilkår om betaling, levering, opfyldelse m.v.
- En eventuel lovvalgs- eller værnetingsklausul i aftalen

Oplysningerne skal meddeles forbrugeren på papir eller et andet varigt medie som forbrugeren har adgang til, og skal gives i rimelig tid inden der indgås en aftale. Oplysningerne skal være klare, tydelige og forståelige og det skal klart fremgå, at oplysningerne gives med henblik på indgåelse af en aftale.

Standardfortrydelsesvejledning

Oplysningerne om fortrydelsesretten skal gives ved brug af **standardfortrydelsesvejledningen** i forbrugerftalelovens bilag 2. Se lov om forbrugerftaler på www.retsinformation.dk.

5. Urimelige aftaler

Aftaleloven

Aftaleloven (AFTL) har et særligt kapitel om forbrugerftaler, jf. AFTL §§ 38a – 38d, der gælder som parallel til AFTL § 36 (generalklausulen).

Aftaler der vurderes som urimelige aftaler, og som ville være stridende **mod redelig handlemåde** eller hæderlig forretningsskik, kan tilsidesættes helt eller delvis. Se også kapitel 3, afsnit 2.3. Hele aftalen behøver ikke nødvendigvis at falde til jorden, men det vilkår, som måtte være urimeligt, kan falde ud, og den øvrige aftale kan bestå, hvis det er muligt.

Tvivl om indhold

Hvis der i en forbrugerftale opstår **tvivl om indholdet af aftalen**, og det vilkår der er uenighed om, ikke har været genstand for forhandling mellem parterne, tolkes aftalen til fordel for forbrugeren, jf. AFTL § 38b, stk. 1. Hvis den erhvervsdrivende påstår, at de vilkår der er uenighed om, har været genstand for en forhandling, er det den erhvervsdrivende, som har bevisbyrden for, at det der står i vilkåret rent faktisk er aftalt. Derudover er det den erhvervsdrivendes ansvar, at eventuelle skriftlige aftaler er lavet på en klar og tydelig måde, jf. FBL § 38b, stk. 2.

Ret til opsigelse af aftaler om løbende tjenesteydelser

Opsigelse af løbende tjenesteydelser

FBL § 28 har til formål at beskytte forbrugere mod urimeligt lange og tyngende bindingsperioder. Hovedreglen i FBL § 28, stk. 1 er, at forbrugeren kan opsiges en aftale om løbende levering af varer eller tjenesteydelser med **1 måneds varsel** til udgangen af en måned, når der er gået 5 måneder efter aftalens indgåelse. Reglen omfatter bl.a.

**Opsigelsesvilkår i
standardformular**

de abonnementslignende aftaler, fx medlemskab af en fitnessklub, avis- og tidskriftsabonnementer mv.

Hvis den erhvervsdrivende indgår aftale med forbrugeren ved anvendelse af en **standardformular**, skal formularen indeholde bestemmelser, som tydeligt angiver, med hvilket varsel og i givet fald fra hvilket tidspunkt, aftalen kan opsiges af forbrugeren, jf. FBL § 28, stk. 3.

Tilbagebetaling

Har forbrugeren betalt for en periode, som ligger efter det tidspunkt, hvor aftalen ophører, skal beløbet for denne periode straks **tilbagebetales** til forbrugeren, jf. FBL § 29.

6. Værneting og lovvalg

Hvis der opstår en konflikt mellem en erhvervsdrivende og en forbruger, og sagen skal afgøres af en domstol, er der to forhold, som gør sig gældende:

1. Hvor skal sagen køre (værneting)?
2. Efter hvilke regler skal sagen afgøres (lovvalg)?

Værneting

**Værnetingsaftale ikke
bindende**

I sager om forbrugeraftaler er en forudgående **aftale om værneting** ikke bindende for forbrugeren, jf. retsplejeloven (RPL) § 245, stk. 2.

Hovedreglen i retsplejeloven er, at retssager anlægges ved sagsøgtets hjemting, dvs. der hvor sagsøgte bor eller har forretningssted, medmindre andet er bestemt, jf. RPL § 235, og netop i sager om forbrugeraftaler, findes der særlige regler.

Sag mod erhvervsdrivende hjemmehørende i Danmark

**Værneting: Forbru-
gerens hjemting**

Hvis den erhvervsdrivende driver virksomhed i Danmark, er virksomhedens hjemting i den retskreds, hvor virksomhedens hovedkontor ligger, eller hvorfra virksomheden udøves. Hovedreglen ved sagsanlæg er, at en sag anlægges ved sagsøgtets hjemting. Men hvis en forbruger vil anlægge en sag mod en erhvervsdrivende, i en sag der handler om en forbrugeraftale indgået uden for den erhvervsdrivendes faste forretningssted, eller indgået via fjernsalg, kan forbrugeren anlægge sag mod den erhvervsdrivende ved sit **eget hjemting**, dvs. der hvor forbrugeren (sagsøger) bor, jf. RPL § 244.

Sag mod erhvervsdrivende hjemmehørende i EU/EFTA

Hvis forbrugeren handler over landegrænserne med en virksomhed, som er hjemmehørende inden for EU/EFTA, gælder der nogle særlige regler i EU-domsforordningen artikel 15 – 17 om forbrugeraftaler:

- a) Når sagen vedrører køb af løsøregerstande, hvor købesummen skal betales i rater
- b) Når sagen vedrører lån, der skal tilbagebetales i rater, eller andre kreditdispositioner, som er bestemt til finansiering af køb af sådanne genstande
- c) Når aftalen er indgået med en virksomhed, der udøver erhverv i den medlemsstat, på hvis område forbrugeren har bopæl, eller på en hvilken som helst måde retter sådan virksomhed mod denne medlemsstat eller mod flere stater inklusive denne medlemsstat, og aftalen er omfattet af den pågældende virksomhed.

Forbrugeren kan selv vælge, om han vil anlægge en retssag i den erhvervsdrivendes bopælsstat eller i sin egen stat, jf. art. 16, stk. 1.

Hvis det er den erhvervsdrivende, som vil anlægge sag mod forbrugeren, har den erhvervsdrivende ikke frit valg. Sagen skal anlægges i den stat, hvor forbrugeren bor, jf. art. 16, stk. 2.

Sag mod erhvervsdrivende hjemmehørende i et land uden for EU/EFTA

Sager, hvor den erhvervsdrivende har hjemsted uden for EU/EFTA, kan anlægges her i landet, hvis der er værneting i Danmark efter de almindelige værnetingsregler i retsplejeloven, herunder §§ 237, 238, stk. 2, 241-243.

Særligt hvad angår forbrugeraftaler, kan der anlægges sag i Danmark, hvis den erhvervsdrivende forud for aftaleindgåelsen, har fremsat et særligt tilbud til forbrugeren eller har reklameret i Danmark, og forbrugeren her i landet har foretaget de dispositioner, der er nødvendige til indgåelse af aftalen, jf. RPL § 246, stk. 1, 2. pkt.

Lovvalg

Lovvalg handler om at finde ud af, hvilket lands lovgivning, sagen skal afgøres efter. Skal det være lovgivningen i forbrugers hjemland eller lovgivning i den erhvervsdrivendes hjemland?

Lovvalsregler ved fjernsalg i EU

Udgangspunktet for **lovvalg** i forbindelse med fjernsalg inden for EU, vil være EF-konventionen om lovvalg i kontrakt (Romkonventionen). Artikel 5, stk. 2 handler om forbrugeraftaler, og bestemmer, at det er **loven i forbrugers land**, som skal anvendes ved sagens afgørelse, hvis:

Loven i forbrugers hjemland

- Den erhvervsdrivende forud for aftalens indgåelse har fremsat særligt tilbud eller har lavet reklame i det land, hvor forbrugeren har bopæl og har givet det for aftalen nødvendige tilbud eller accept, eller
- Den erhvervsdrivende eller dennes repræsentant har modtaget forbrugers bestilling i forbrugers bopælsland, fx på en messe, eller af forbrugeren ved en af sælgeren arrangeret rejse til et andet land og dér har afgivet bestilling på løsøre

Selvom der i en aftale mellem den erhvervsdrivende og forbrugeren, måtte være aftalt et andet lovvalg, der er til ugunst for forbrugeren, bestemmer art. 5, stk. 2, at forbrugeren ikke kan berøves den beskyttelse, der tilkommer ham i medfør af ufravigelige regler i loven i det land, hvor han har sin bopæl

7. Vigtigste hovedregler og principper

- En virksomhed må ikke rette uanmodet personlig eller telefonisk henvendelse til forbrugere på deres bopæl, arbejdsplads og andre steder, hvor der ikke er almindelig adgang, hvis formålet med henvendelsen er at opnå tilbud eller accept af tilbud og indgåelse af en aftale, jf. FBL § 4, stk. 1
- Negativ aftalebinding er ikke tilladt, jf. FBL § 6.
- Ved fortrydelsesret forstås en ret for forbrugeren til at træde tilbage fra en aftale, som ellers ville være gyldig. Som hovedregel gælder der ingen fortrydelsesret i dansk aftaleret, men i FBL § 18, stk. 1, er der fortrydelsesret ved indgåelse af 2 typer aftaler:
 - Aftaler indgået ved møde uden for den erhvervsdrivendes forretningssted
 - Aftaler om fjernsalg, fx telefonsalg, postordresalg, køb via internet
- Fortrydelsesfristen er som hovedregel 14 dage, jf. FBL § 19, stk. 1.
- Ifølge FBL § 19, stk. 2 kan fortrydelsesfristen beregnes fra forskellige tidspunkter.
- Oplysning om fortrydelsesret samt øvrige oplysninger som kræves fra den erhvervsdrivende, skal ske på et varigt medium.
- Hvis den erhvervsdrivende ikke opfylder sin oplysningspligt risikerer den erhvervsdrivende at skulle betale en bøde.
- Meddelelsen fra forbrugeren til den erhvervsdrivende om fortrydelse, skal være utvetydig og lovgiver har lavet en standardfortrydelsesvejledning som kan bruges.
- Meddelelse om fortrydelse skal være afsendt inden udløbet af de 14 dage.

- Hvis forbrugeren har betalt helt eller delvis for varen, skal den erhvervsdrivende tilbagebetale det modtagne, jf. FBL § 22.
- Når varen sendes retur til den erhvervsdrivende, er det forbrugeren som bærer risikoen for varen.
- Hvis varen sendes tilbage til den erhvervsdrivende og varen har været brugt eller er blevet værdiforringet, skal forbrugeren dække den erhvervsdrivendes tab ved gensalg.
- Værdiforringelse udgør forskellen mellem ny-pris og gensalgspris.
- Aftaler der vurderes som urimelige aftaler, der er indgået i strid med redelig handlemåde eller mod hæderlig forretningsskik, kan tilsidesættes helt eller delvis, jf. aftaleloven §§ 38a – 38d og § 36 (generalklausulen)
- I forbindelse med en retssag om en forbrugeraftale, er det hovedreglen, at sagen rent geografisk skal føres i den retskreds, hvor forbrugeren bor, og lovvalget er loven i forbrugers land.